Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitatea

MERKATARITZA ZUZENDARITZA: POLITIKAK (2. MAILA)

2017ko ekaina

ABIZENAK: _____

IZENA: _____

N.A.N.: _____

Apirileko proba egin al zenuen? BAI / EZ

Taldeko lana egin al duzu? BAI / EZ

1.

ANGULAS AGUINAGA

Angulas Aguinaga, enpresa gipuzkoarra, 1974an sortu zen. Urte horretan, angularen arrantzan eta merkaturatzean tradizio luzea zuten hainbat familia-enpresek bere ahaleginak elkartzea eta sektoreko enpresarik handiena sortzea erabaki zuten: ANGULAK AGUINAGA, SA.

80. hamarkadaren hasieran angularen harrapaketa nabarmen jaisten hasi zen; horregatik, Angulas Aguinagak negozio-aukera berriak bilatu behar izan zituen eta angularen ordezko naturala sortu zuen: *gula*. Produktu hau, "La Gula del Norte" markarekin merkaturatzen dena, *surimi*-arekin (birrindutako arrain-atal onenekin osatutako lehengaia) egina dago. Angularen ordezko honen arrakasta handia izan da lortutako kalitateari eta prestatzeko erraztasunari esker. Gaur egun, oso produktu estimatua da merkatuan, bere salmentak handiak dira eta enpresa honen negozioaren zatirik garrantzitsuena da. Gula hauek, gainera, barietate askotan eskaintzen dira: perretxikoekin, ganbekin, "al ajillo", eta formatu ezberdinetan (hoztuta eta izoztuta).

Enpresa honek, bestetik, *surimi*-arekin egindako beste produktu batzuk ere merkaturatzen ditu "Krissia" markarekin; hala nola, barratxoak, birrindutakoak, ozeano-isatsak, marisko-pintxoak eta "donostiar erara" prestatutako pintxoak. Hauek guztiak egokiak dira entsaladetarako eta era askotako platerak prestatzeko. Produktu hauen kontsumoa gero eta handiagoa da, gaurko bizimodura ezin hobeto moldatzen baitira, eta horregatik bere garrantzia enpresaren produktu-zorroan gero eta handiagoa izango da.

Azkenik, Angulas Aguinagak hainbat eratara prestatutako arrain eta marisko ontziratuak ere eskaintzen ditu (otarrainxka, muskuilua, izokina eta olagarroa) "Angulas Aguinaga" markarekin. Duela gutxi merkaturatutako produktu hauei esker, enpresa beste merkatu-segmentu batzuetara iritsi ahal izango da, non konkurrentzia dagoeneko sartuta dagoen.

Emandako informazioa kontuan hartuz, hurrengo galderak erantzun itzazu:

1.1. Enpresaren web-orrialdean, bere produktuekin plater ezberdinak prestatzeko errezetak emateaz gain, nutrizio-informazioa ematen da. Gainera, erabiltzailearen lehentasunen arabera menu pertsonalizatuak prestatu daitezke eta produktu bakoitzaren ezaugarriak hobeto aprobetxatzeko gomendioen bideoak ikusi. Zein produktu-mailarekin lotzen dituzu deskribatutako ekintzak? Zeintzuk dira enpresaren helburuak? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

1.2. Zein da enpresa honek merkaturatzen duen marka bakoitzaren papera produktu-zorroan? Produktu-zorroa orekatua dela esan al daiteke? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

1.3. Bizi-zikloaren zein fasetan kokatzen da Angulas Aguinaren marka bakoitza? "Krissia" markari dagokionez, produktu, prezioa, banaketa eta komunikazioari buruzko gomendio garrantzitsuenak aipa itzazu (0,5 puntu).